



Campo Midiático: As possibilidades de sobrevivência dos movimentos sociais dentro do território da mídia¹

Matheus Graboski CASANOVA²

Mariângela TORRESCASANA³

Ilka GOLDSCHMIDT⁴

Universidade Comunitária da Região de Chapecó, SC

RESUMO

Este trabalho buscou levantar as possibilidades de sobrevivência do Movimento das Mulheres Camponesas de Santa Catarina – MMC/SC- dentro do território midiático e descrever as técnicas e ferramentas comunicacionais por elas utilizadas. Também procurou investigar como as mulheres agricultoras se comunicam para participar dos eventos e reuniões, e como elas se sentem representadas dentro do processo midiático local e nacional. Para a realização deste estudo, optou-se por uma pesquisa qualitativa, do tipo estudo de caso. Em meio a grande diversidade comunicacional, aos apelos das novas tecnologias portáteis e suas funcionalidades ficou claro que, na região estudada, as mulheres camponesas não utilizam a maioria das ferramentas comunicacionais, muito menos as tecnológicas, devido ao desconhecimento e à falta de capacitação.

PALAVRAS-CHAVE: movimento; camponesas; comunicação; ferramentas.

A sobrevivência e fortalecimento dos movimentos sociais, aqui representados pelo MMC/SC, está se tornando mais difícil frente ao mundo globalizado. Na nova organização mundial, o domínio das novas tecnologias e do fluxo de informações passa a ser fundamental. A forma como a mídia tem retratado esses atores sociais, sinaliza para a adoção de parâmetros políticos-ideológicos em consonância com a rede de relações a que está atrelada. A

¹Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho da V Conferência Sul-Americana e X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

² Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Jornalismo da Unochapecó; Bolsista do Núcleo Pesquisa NIC- Mídia Cidadã; e-mail: matheus.graboski@unochapeco.edu.br

³ Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e Universidade Federal de Santa Maria; Professora do Curso de Comunicação Social da UNOCHAPECÓ; Pesquisadora do Núcleo de Iniciação Científica em Mídia Cidadã; e-mail: mariangela@unochapeco.edu.br

⁴ Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo; Professora dos Cursos de Jornalismo e Produção Audiovisual da Unochapecó; Coordenadora do Núcleo de Iniciação Científica em Mídia Cidadã; ilka@unochapeco.edu.br.



compreensão desses fatos, por parte de alguns movimentos sociais, vem provocando alterações em suas práticas e o Movimento das Mulheres Camponesas é um deles.

Acredita-se que entender o papel da mídia junto a um movimento social, como o MMC/SC, com todas as suas tensões, conflitos, contradições, pode resultar numa mudança no uso da mídia nas relações sociais e nos processos políticos-culturais que os movimentos constroem, vindo a contribuir para a derrubada de estereótipos e o surgimento de novas representações, novos valores.

A criação de um movimento específico de mulheres agricultoras foi a primeira grande conquista. Sair de casa para participar das reuniões, contrariando o machismo muito presente na agricultura (e na sociedade como um todo), buscar a aceitação de seus companheiros para participar das ações do movimento ou ir contra sua negação e mesmo assim persistir, ouvir comentários maldosos da vizinhança, da família. Tudo isso teve que ser enfrentado pelas mulheres que assumiram lideranças ou mesmo as que simplesmente participavam (e participam) do movimento. Muitas das mulheres ficaram pelo caminho, desanimaram com as dificuldades, não fizeram frente às imposições de seus maridos e da comunidade em geral, outras tantas esmoreceram depois das conquistas trabalhistas e algumas se projetaram politicamente. (BONI, 2012, p.29)

Os resultados de pesquisas científicas comprovam a existência de uma mídia não permeável à pluralidade, que pode criar representações simbólicas interessantes a determinados grupos, além de seu uso ideológico. Os novos contornos apresentados pelas sociedades contemporâneas têm colocado em discussão, mas ainda de forma tímida e não crítica, a existência de um sistema ideológico que elegeu a mídia como instrumento de legitimação da dominação capitalista, de agenciador de comportamentos, de gestor de novos valores, produtor não apenas de mercadorias, mas também de subjetividades.

Para entender como esse processo está sendo delineado, optou-se por uma pesquisa qualitativa, do tipo estudo de caso. O Movimento de Mulheres Camponesas tem atividades organizadas em 20 estados brasileiros, mais o Distrito Federal. Fundado em 1980, o MMC surgiu da união de vários outros movimentos feministas de todo o Brasil. Em Santa Catarina, o grupo, que inicialmente adotou a sigla MMA/SC (Movimento das Mulheres Agricultoras), apenas no ano de 2004 unificou-se com o movimento nacional. Segundo dados da Cartilha do Movimento de Mulheres Camponesas, o MMC/SC é uma organização autônoma. Sua luta central é contra o modelo capitalista e patriarcal e pela construção de uma nova sociedade com igualdade de direitos.

Para dar visibilidade aos seus projetos e lutas, as mulheres campesinas precisam dos sistemas comunicacionais, o que nem sempre é de fácil acesso ao movimento. SCHIAVANI



apud CANAN (2007) destaca que as camponesas poucas vezes conseguem uma exposição na mídia, especialmente de forma positiva. Outra questão, que provoca tensões neste campo midiático, tem a ver com o dizer, com o discurso atribuído às camponesas e às trabalhadoras da roça.

Dentro desse cenário, ter acesso aos meios de comunicação parece ser um ponto central nas agendas das estratégias políticas atuais. Entre as ações do Movimento hoje, pode-se observar uma tímida tentativa de formação de uma rede de informações, onde algumas mídias estão contempladas. Em julho deste ano, este pesquisador participou da XII Assembleia Estadual do Movimento de Mulheres Camponesas/SC, realizada em Dionísio Cerqueira/SC. Na oportunidade, através das entrevistas e de observação *in loco*, verificou-se que cada comunidade campesina tem uma forma de comunicar, adaptada para cada localidade, utilizando também diferentes técnicas de comunicação, desde as mais primárias, como por exemplo, os tradicionais bilhetes, até os usados na mídia convencional, entre quais estão os serviços de utilidade pública, na forma de avisos radiofônicos.

Nas cidades de Dionísio Cerqueira e Concórdia, as representantes do MMC utilizam as formas mais amadoras de comunicação, como bilhetes e avisos impressos, para marcar as reuniões e eventos. O famoso “boca-a-boca” é a ferramenta que mais surte efeito e, em alguns casos, quando necessário, um contato telefônico é efetuado. As representantes de Concórdia contam com o apoio das escolas da cidade. Como seus filhos ou vizinhos vão até a cidade para estudar, elas aproveitam esse fato para enviar um bilhete que será posteriormente entregue a outras crianças na escola para que estes levem para suas casas. Isso permite a chegada das mensagens até as campesinas que vivem nas comunidades do interior.

As representantes do MMC/SC na cidade de Dionísio Cerqueira contam com uma pequena vantagem neste processo, já que uma delas é funcionária dos Correios e utiliza os suportes oferecidos por sua profissão para informar as companheiras do grupo. Como as reuniões nesta cidade são marcadas com antecedência através de contato direto ou indireto (mediado por outras pessoas), se houver alguma alteração na programação, a funcionária dos Correios é quem deve comunicar às demais companheiras.

Em Pinhalzinho, o grupo local tem o apoio do Sindicato dos Trabalhadores na Agricultura Familiar (SINTRAF). Elas também utilizam o bilhete, entregue no sindicato. Lá, a distribuição é feita para cada família. O conteúdo deste bilhete avisa sobre a existência de um programa de rádio a ser veiculado em determinado dia ou comunica sobre algum encontro



que ocorrerá nos próximos dias. Ao término de cada reunião realizada na cidade, a próxima já é marcada e os avisos e bilhetes servem para lembrete e reforço de informações.

Em Iraceminha, as Mulheres Camponesas contam com o apoio da Pastoral da Saúde. Na cidade existe uma freira, que cuida dos processos comunicacionais do grupo. A irmã é a responsável pelos avisos via contato telefônico.

Já as 30 camponesas de Caxambu do Sul apresentam a mais eficiente e moderna prática comunicacional identificada por este estudo. O grau de instrução das participantes do Movimento na cidade colabora para isso. A maioria das representantes da diretoria são professoras aposentadas que vieram do interior. As informações partem da Regional de Chapecó, e este contato com a cidade é feito exclusivamente através de e-mail. Elas utilizam o bate-papo do facebook para a troca simultânea de informações.

Na região Oeste, os meios de comunicação mais utilizados para informar a comunidade e o próprio grupo, são os jornais e rádios específicos de cada localidade. Eles abrem espaço para que elas falem de eventos e reuniões. Alguns poucos jornais fazem cobertura dos eventos e descrevem em suas matérias o que aconteceu em determinado dia. Não foi identificado nas entrevistas, casos específicos em que os veículos produziram um material sobre o papel das mulheres camponesas na sociedade. Outra constatação é que para as camponesas, a utilização do rádio e jornal fica restrita aos serviço de utilidade pública. Elas não costumam utilizar estas ferramentas com a intenção de promover o grupo e nem como instrumento para espacialização de sua luta.

Em meio a grande diversidade comunicacional, aos apelos das novas tecnologias portáteis e suas funcionalidades ficou claro que, na região estudada, as mulheres camponesas não utilizam a maioria das ferramentas tecnológicas, como computadores e smartphones, com frequência, devido ao desconhecimento, à falta de capacitação e inexistência de sinal de internet e telefonia móvel na maioria das comunidades do interior. Por essas razões, o velho boca-a-boca ainda é a comunicação que mais surte efeito na região. No entanto, é possível perceber que bilhetes e conversas – pessoais ou por telefone – só satisfazem a necessidade de dar recados ou promover encontros, mas não conseguem atender a demanda de divulgar o movimento ou os temas de luta das mulheres camponesas.

As mulheres do MMC/SC entrevistadas não se reconhecem na mídia nacional, e por este motivo o consumo de produções jornalísticas nacionais são trocadas por programações religiosas ou de entretenimento (novelas, programas dominicais). A televisão, na opinião delas, é descrita como manipuladora e é rejeitada pela maioria das entrevistadas. Elas alegam



que as produções não mostram a realidade do movimento e nem de suas lutas, apenas as identificam como baderneiras, uma realidade totalmente inversa na visão delas, já que os principais objetivos do grupo são a busca dos direitos e leis trabalhistas, saúde da família e técnicas agroecológicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BONI, Valdete. **De agricultoras a camponesas: o Movimento de Mulheres Camponesas de Santa Catarina e suas práticas.** Florianópolis, UFSC, 2012.

DOIMO, Ana Maria. **A vez e a voz do popular: movimentos sociais e participação política no Brasil pós-70.** Rio de Janeiro, Relume- Dumará/ ANPOCS, 1995.

GOHN, Maria da Glória. **Mídia, Terceiro Setor e MST: impacto sobre o futuro das cidades e do campo.** Petrópolis, Vozes, 2000.

PERUZZO, CiciliaKrohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** Petrópolis, Vozes, 1998.

CANAN, Adriane; VITORINO, Ilka Goldschmidt (Orientadora). **Percepção de dirigentes do Movimento de Mulheres Camponesas de Santa Catarina sobre sua inserção nos meios de comunicação.** 2007. 30 f. Monografia (Especialização em Formação para o Magistério Superior) - Universidade Comunitária Regional de Chapecó, 2007.